Access Partnership

αlphaβeta
strategy x economics

대한민국 글로벌 성장의 원동력: 혁신과 문화 수출

대한민국 기업과 크리에이터의 글로벌 성공을 지원하는 Google의 역할

2022년 8월

CONTENTS

1. 대한민국 기업을 위한 비즈니스 플랫폼으로서의 Google과 Google의 경제적 기여도

1.1 Google이 대한민국 기업에 기여하는 경제적 효과와 수출 효과

1.2 Google의 대한민국 일자리 창출

2. K-콘텐츠의 글로벌 진출을 촉진하는 Google

2.1 게임

2.2 문화 미디어

2.3 기타 부문

3. 글로벌 시장으로 진출하는 대한민국 앱 개발사

3.1 대한민국 앱 개발사의 글로벌 모멘텀 창출 지원

3.2 Google Play에 대한 인식

4. 결론

APPENDIX | 방법론

APPENDIX | 출처

BACKGROUND

코로나19로 인한 공급망 지장 및 인플레이션 압력 증가는 글로벌 경제를 위기에 몰아넣었다. 동시에 전 세계 수십억 명 사용자의 디지털 콘텐츠 소비는 폭발적으로 증가하였다. 사실 대한민국 문화 콘텐츠(K-콘텐츠)는 팬데믹 이전부터 전 세계적으로 상당한 인기를 얻고 있었는데, 코로나19로 인한 이와 같은 변화는 K-콘텐츠 수출이 엄청난 탄력을 받아 성장하는 계기가 되었다.

한국 음악(K-팝), 드라마(K-드라마), 영화, 스마트폰 애플리케이션, 게임, 웹툰 등 콘텐츠 수출로 대한민국이 벌어들인 수익은 2016년 한화 6조 9천억 원(미화 60억 달러)에서 2020년 13조 6천억 원(119억 달러)으로 두 배 가까이 증가했다. 같은 기간 대한민국의 전체 수출 성장률이 상대적으로 낮은 3.4%(연간 합계 성장률 0.85%)였다는 사실에 비추어 볼 때 이는 괄목할 만한 수치이며, K-콘텐츠 수출이 한국 경제의 주요 성장 동력으로서 얼마나 중요한 역할을 하고 있는지를 다시 한번 입증한다.[1]

본 보고서에서는 이러한 추세를 심층적으로 알아보기 위해 K-콘텐츠 수출의 소프트파워 강화 현상을 집중 조명하고, 대한민국 기업이 전 세계적으로 성장할 수 있도록 뒷받침하는 Google의 다양한 지원 채널(플랫폼 및 이니셔티브)을 수치를 통해 살펴보고자 한다.

1. 대한민국 기업을 위한 비즈니스 플랫폼으로서의 Google 과 Google 의 경제적 기여도

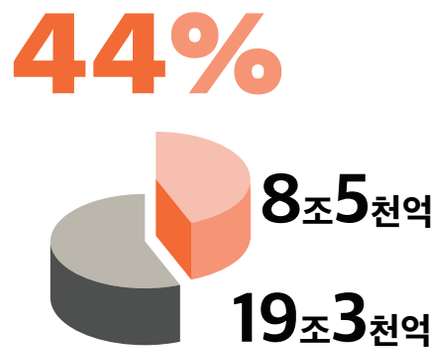
K-콘텐츠는 대부분 디지털 미디어를 통해전세계에 홍보 및 공유된다. 이를 위해 Google은 대한민국 제품, 도구, 서비스, 콘텐츠의 수출을 촉진 및 장려하는 다양한 "디지털 조력자" 역할의 제품들을 제공하고 있다. 여기에는 Google Play나 Android 운영체제(OS) 같은 디지털 콘텐츠 배포 플랫폼과 Google Ads나 애드센스 같은 디지털 광고 도구가 포함된다. 이러한 Google 제품은 전 세계 고객에게 빠르게 도달하고 시장 확대를 촉진하는 등의 방법으로 대한민국 기업에 기여하고 있다.

1.1 Google이 대한민국 기업에 기여하는 경제적 효과와 수출 효과

Google 제품이 2021년 대한민국 기업을 위해 창출한 경제적 효과는 한화 19조 3천억 원(169억 달러)에 달했다.[2] 이는 대한민국 정보통신(ICT) 부문 국내총생산(GDP)의 20%에 달하는 액수로, 이와 같은 경제적 효과에는 한국 기업이 Google의 제품과 서비스를 통해 더 넓은 잠재고객 기반에 접근할 수 있게 되면서 증가한 수익이 포함된다.[3]

이번 연구에 따르면 Google이 기업에 제공하는 경제적 효과는 상당 부분 수출과 관련이 있으며 **2021년에는 8조 5천억 원(74억 달러)의 사업적 효과(해당 연도 총 사업적 효과의 44%)가 해외 시장에서 창출**된 것으로 추산된다.[4]

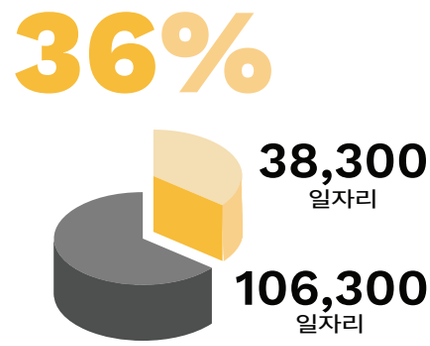
기업에 기여하는 경제적 효과와 수출 효과



1.2 Google의 대한민국 일자리 창출

Google은 제품과 운영체제를 통해 디지털 경제의 일자리 창출을 촉진하고 지원하고 있다. Google Ads와 애드센스를 통해 Google이 대한민국 경제 전반에 걸쳐 지원한 일자리는 **106,300개**에 달하며, 이 중 **38,300개가 수출 관련 일자리**(예: 해외 수요 충족을 위해 대한민국 기업이 창출한 일자리)이다.[5]

대한민국 일자리 및 수출 관련 일자리 창출



2. K-콘텐츠의 글로벌 진출을 촉진하는 Google

대한민국의 많은 기업들이 Google의 도구를 활용해 제품을 홍보하고 잠재고객을 확장하고 있다.[6] **43억 명에 달하는 전 세계 Google 검색 사용자**는 해외 시장에서 잠재고객에게 도달하고자 하는 대한민국 기업에게 기회를 제공한다.[7] **Google은 작년 한 해 동안 973,000개 이상의 대한민국 기업이 세계 시장에 진출할 수 있도록 지원했으며, 이 중 97%(947,000개)는 중소기업(SMB)이었다.**[8]

이들 기업은 Google이 제공하고 있는 다양한 도구와 이니셔티브를 활용하여 **2021년 전 세계 18억 6천만 명이 넘는 잠재고객(클릭수로 측정)에게 도달할 수 있었다.**[9] Google은 Android나 Google Play와 같은 Google의 운영체제/기기 생태계를 통해 기술 지원을 제공하는 것 외에 Google 판매자센터(GMC), Market Finder, 비즈니스 프로필(구 Google 마이 비즈니스), Google Ads, 애드센스, AdMob, Google Workspace(구 G Suite), Google Cloud Platform(GCP) 등 대한민국 기업의 해외 시장 진출과 확장을 도와주는 다양한 솔루션과 도구를 제공하고 있다. 예를 들어, 기업은 Google 판매자 센터(GMC)에서 제품의 가격, 사진 등 주요 정보를 게시하고 유지 및 관리하면서 Google 쇼핑 검색결과에 해당 정보가 표시되도록 할 수 있다. 대한민국 기업은 Google이 제공하는 도구를 활용해 전 세계적으로 디지털 입지를 넓혀 나감으로써 해외 고객층을 보강하고 확장할 수 있다.

Google은 한류를 활용한 다양한 부문에서 대한민국의 수출을 촉진하고 있으며, 한류는 다른 한국 제품과 서비스에 대한 관심을 불러일으키는 데도 도움을 주고 있다. 다음 섹션에서는 게임, 문화 미디어(영화, 음악, 웹툰), 기타 분야(예: 소비재, 뷰티, 관광)의 대한민국 기업이 Google과의 파트너십, 도구, 이니셔티브를 어떠한 방식으로 활용하여 효과를 얻었는지 살펴보고자 한다.

2.1 게임

게임 산업은 K-콘텐츠 수출 중 수익 측면에서 2020년 기준 전년 대비 23.1% 성장해 가장 큰 비중을 차지했다.[10] 2020년 대한민국에서 제작한 모바일 게임 수출액은 전체 콘텐츠 수출액인 13조 6천억 원(119억 달러) 가운데 68.8%인 9조 4천억 원(82억 달러)을 기록했다. Google의 폭넓은 파트너십과 지원은 전 세계 시장으로 진출하려는 대한민국 앱 개발사의 노력을 뒷받침하고 있다.

사례 1. 대표작 '쿠키런'으로 전 세계적인 성공을 거둔 데브시스터즈 [11]

"저희는 Google Play의 개발자 도구를 활용했고 성장에 큰 도움을 받았습니다. 쿠키런: 오븐브레이크가 Google Play 아케이드 게임 부문에서 1위에 오른데 이어, 쿠키런: 킹덤이 Google play 2021 올해의 베스트 게임에 선정되는 쾌거를 달성했습니다."[12]
- 이지훈, CEO

토종 스타트업으로 시작한 데브시스터즈는 대한민국의 주요 글로벌 모바일 게임 퍼블리셔로 성장하며, 대표 IP '쿠키런'을 활용한 프랜차이즈 게임들을 기반으로 전 세계 1억 5천만 건이 넘는 다운로드를 기록했다. 데브시스터즈는 지속 가능한 수익 전략을 수립하기 위해 Google AdMob과 제휴를 맺고 보상형 광고와 게재위치의 효과를 테스트했다. 또한 Google Play의 고유한 기능인 Play Asset Delivery(PAD)를 활용해 연간 운영 비용을 절감하고 로딩 시간을 단축할 수 있게 되었으며, 그 결과 이용자 유지율이 개선되었다.[13]

2.2 문화 미디어

아카데미 영화 시상식에서 비영어권 영화 최초로 '작품상', '각본상', '감독상', '국제영화상'을 수상한 봉준호 감독의 *'기생충'*과 Billboard, 기네스 세계 기록에 연이어 오르면서 음악 역사상 가장 성공한 글로벌 그룹으로 메인스트림에 진입한 K-팝 스타 *'BTS'* 등 보편적인 접근성을 갖춘 K-콘텐츠가 전 세계적으로 각광받고 있다.[15] 한편 대한민국의 웹툰 역시 전 세계 독자를 사로잡고 있는데, 한국 콘텐츠 산업을 지원하며 혁신성장을 선도하는 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)에 따르면 2020년 웹툰 해외 수출은 64% 이상 성장했으며 매출이 1조 원(8억 4천만 달러)을 돌파했다고 한다.[16]

사례 2. Google Play를 통해 전 세계 독자를 사로잡은 네이버 웹툰과 카카오페이지

전 세계 10대 유료 웹툰 플랫폼 중 여섯 개는 네이버와 카카오의 자회사로, 해당 웹툰 앱들은 Google Play의 플랫폼과 다양한 프로그램의 지원을 받고 있다.[17]

2014년 출시한 네이버 웹툰은 현재 100개국에서 10개 언어로 서비스되고 있다. 2022년 3월 기준 1억 8천만 명의 월간 활성 사용자 수(Monthly Active Users)를 기록하며, 유럽을 비롯하여 글로벌하게 탄탄한 입지를 구축하고 있다.[18] Google Play는 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)과 함께 한국의 중소규모 게임 개발사가 네이버 웹툰의 자체 지적 재산(IP)을 활용해 글로벌 시장을 겨냥한 IP 기반 게임을 개발할 수 있도록 네이버 웹툰과 협력 관계를 맺었으며, 이를 통해 더 많은 한국 기업이 웹툰 콘텐츠 수출을 통해 수익 창출을 할 수 있도록 지원할 예정이다.[19]

2013년 출시한 카카오페이지는 카카오페이지와 다음 웹툰이라는 2가지 프리미엄 웹 콘텐츠 플랫폼을 통해 웹툰, 웹소설, 영화, 텔레비전 시리즈 서비스를 제공하고 있다.[20] 2021년, 카카오의 일본 자회사인 카카오픽코마는 운영 2년 만에 일본 내 최대 매출 앱에 등극했으며[21] 카카오페이지는 같은 해 카카오M과의 합병을 통해 카카오엔터테인먼트를 출범하고 스토리라인 IP, 아티스트 관리, 음악, 동영상 콘텐츠, 제작, 배급 플랫폼을 아우르는 글로벌 엔터테인먼트 밸류 체인을 완성했다.[22] 카카오는 현재 유럽을 비롯, 글로벌 시장으로의 콘텐츠 수출에 전력투구하고 있다. 유럽의 경우 대다수 이용자가 Android 모바일 운영체제를 선호하기 때문에, Google Play는 카카오의 글로벌 확장 전략에 중요하다.[23]

2.3 기타 부문

TV 프로그램, 영화, 음악에 그려진 한국 문화의 긍정적인 이미지에 힘입어 한국의 소비재, 화장품, 관광, 음식, 심지어 한국어에 대한 수요가 최근 폭증하고 있다. 일례로, 한류의 경제적 파급 효과에 관한 2021년 연구에 따르면, 2001년부터 2017년의 기간 동안 한국의 문화 콘텐츠가 100달러 수출될 때마다 한국의 소비재 수출액도 2,244달러 만큼 증가한 것으로 추산되어, 한류가 품목을 불문하고 한국의 수출 전반에 미치는 강력한 영향력이 확인되었다.[24] 이러한 경제적 파급 효과 중 많은 부분이 Google과 같은 조력자를 매개로 실현되며, Google은 한국 제품과 서비스가 더 우수한 기능을 개발하고 한국 브랜드가 시장 접근 도구를 활용해 해외에서 호응을 얻을 수 있도록 Android나 Wear OS 같은 광범위한 생태계를 통해 지원하고 있다.

사례3. 삼성과 Google의 혁신적인 협력

대한민국의 대표 기업인 삼성전자는 세계적인 모바일 기기 제조업체이기도 하다.[25] 삼성은 갤럭시 워치 4에 Wear OS를 도입하기 위해 Google과 협력하며 Google의 광범위한 서드 파티 앱 지원을 활용하였고, 이로써 2021년 3분기 매출이 이전 분기 대비 200%를 상회하는 등 전 세계적인 성공을 거둔 바 있다.[26] 또한 Google은 광고 게재, 최적화된 앱 버전 생성, 삼성 폴더블 스마트폰에 맞춘 Android 운영체제 최적화 등을 통해 삼성과 다양한 분야에서 협력하며 폴더블 스마트폰인 갤럭시 폴드 라인을 홍보하기도 했다.[27]

3. 글로벌 시장으로 진출하는 대한민국 앱 개발사

3.1 대한민국 앱 개발사의 글로벌 모멘텀 창출 지원

대한민국 앱/게임 개발사는 해외 시장 진출 및 콘텐츠 소비량 증가를 위해 Google Play를 효과적으로 활용해 왔다. 대한민국의 앱/게임은 2021년 한 해 동안 24억 3천만 건의 해외 사용자 다운로드 수(추정치)를 기록하며 시장의 규모를 입증했다.[28] 또한 약 8,100개의 대한민국 앱 개발사가 Google Play에서 해외 고객층을 보유하고 있으며, 그 중 75%는 중소기업(SMB)이다.[29] 또한 Google Play에 등록된 대한민국의 앱/게임 개발사는 2021년 해외 고객으로부터 3조 5천억 원(31억 달러)이 넘는 수익을 벌어들인 것으로 추산된다.[30]

Google의 창구 프로그램은 Google Play와 중소벤처기업부, 창업진흥원(KISED)이 함께 주관하는 이니셔티브로, 2019년 출범 이후 국내 앱/게임 개발사를 대상으로 재정적 지원, 앱 개선과 관련된 기술적 조언, 해외 시장 컨설팅, 마케팅 지원 및 수익 창출 관련 조언 서비스 등을 제공하고 있다.

사례 4. 다양한 대한민국 문화 및 콘텐츠의 세계 진출

블립은 K-팝 팬들이 좋아하는 아이돌의 스케줄과 새로운 소식들을 간편하게 확인할 수 있는 대한민국의 모바일 앱이다.[31] 이 앱은 다양한 기술을 통해서 전세계 팬들이 필요로 하는 각종 정보와 데이터를 큐레이션하고, K-팝 팬덤의 소비 패턴을 분석하며, K-콘텐츠 산업을 이끄는 데 핵심적인 역할을 수행한다. 출시 2년 만에 다운로드 수 100만 회를 기록하는 대성공을 거두었으며, 해외 사용자의 비중이 무려 60%를 차지한다.

"Google Play의 앱/게임 스타트업 성장 지원 프로그램인 Google 창구 프로그램에서 2021년 1위를 차지하면서 블립의 인지도와 신뢰성이 크게 높아졌습니다. 가장 눈에 띄는 변화는 블립의 코어 팬이 많이 늘었다는 점이죠." [32]

- 김홍기, CEO

잼페이스는 사용자들이 메이크업 팁을 교환하거나 엄선된 뷰티 동영상을 시청하고, 인공지능(AI)과 얼굴 인식을 활용한 얼굴 매칭 기능으로 참고할 수 있는 동영상 스트리머를 추천받을 수 있는 K-뷰티 모바일 앱이다. 사업 초창기부터 Google 스타트업 캠퍼스 서울을 이용하고 Google 스타트업 캠퍼스의 Growth Academy와 같은 다양한 Google 교육 프로그램을 수료한 결과 잼페이스는 베트남과 같은 글로벌 앱 시장에 진출할 수 있었다.[33] 2019년 1월 출시 이후 성장을 거듭한 잼페이스의 누적 구독자 수는 현재 180만 명이 넘는다.[34]

"Google의 Growth Academy에 참여한 덕분에 회사 설립부터 성장, 해외 진출 등 비즈니스의 다양한 단계에서 지원을 받을 수 있었습니다. Google의 전문가 분들이 목표 및 핵심성과지표(OKR) 관련 프로그램과 심리적 코칭, 참가 기업의 모범 사례 공유 등을 통해 도움이 필요한 분야에서 도움을 주셨어요."

- 윤정하, CEO

'트이다'는 양방향 1인칭 대화 시뮬레이션을 통해 사용자가 일상적인 한국어 표현을 배울 수 있는 한국어 학습 앱이다.[35] 한국 Google Ads 팀은 '창구' 프로그램을 통해 '트이다'의 광고 소재와 타겟 시장 진출 상황을 검토하여 광고의 효율성을 높임으로써 사용자 획득 비용을 47% 감소시켰다. 2020년 7월 출시된 '트이다'는 현재 해외 사용자가 150만 명을 넘을 만큼 빠르게 성장했으며, 2025년까지 세계 10대 언어를 제공하는 것을 목표로 하고 있다.[36]

"Google의 '창구' 프로그램이 끝난 후에도 문제가 생길 때마다 언제든 편하게 Google Ads 팀에 연락할 수 있었습니다. Google 팀에서는 광고 최적화에 필요한 지원과 솔루션을 꾸준히 제공해 줍니다."

- 장지웅, CEO

3.2 Google Play에 대한 인식

Google의 도구와 플랫폼(Google Play 및 Android)이 대한민국 앱 개발사의 해외 고객층 확장을 위한 노력을 어떻게 지원했는지 보다 정확하게 파악하기 위해 2022년 4월부터 5월까지 대한민국 앱 개발사 401곳을 상대로 설문조사를 진행했다.[37]

조사 결과 **앱 개발사들은 해외 진출을 통하여 해외 고객을 개발하는 것에 대한 비즈니스 니즈가 강했으며,** 72%가 해외 진출이 중요한 우선순위라고 응답했고 **34%는 다운로드 수 및 수익의 절반 이상을 이미 글로벌 시장에서 창출하고 있었다. 또한 대한민국 앱 개발사들은 성공적인 해외 확장을 위해 Google Play를 가장 효과적이고 중요한 플랫폼으로 인식하고 있으며** 이러한 목적을 달성하기 위해 Google Play가 유용하다고 답한 비율은 86%였다. 특히 설문조사 응답자 중 80%가 글로벌 입지를 구축하는 데 Google Play가 가장 중요한 플랫폼임을 인식하고 있다는 점은 주목할만 하다.

86% 의 앱 개발사들이 성공적인 해외 확장을 위해 Google Play 및 Android를 가장 효과적인 플랫폼으로 인식

72% 의 앱 개발사들이 해외 진출이 중요한 우선순위라고 응답

80% 의 앱 개발사들이 Google Play가 글로벌 입지를 구축하는데 가장 중요한 플랫폼으로 인식

34% 의 앱 개발사들이 절반 이상의 다운로드 및 수익을 글로벌 시장에서 창출

앱 개발사 설문조사 결과

4. 결론

한국 정부의 국정과제인 K-콘텐츠 수출 기회 확대는 앞으로도 계속 영향력을 발휘할 것으로 보이며, 이를 통해 더 많은 대한민국 기업이 수혜를 받게 될 것이다. 그간 대한민국의 여러 정부 부처에서 중소기업의 마케팅 및 제품 수출을 지원해 왔다. 대표적인 사례로는 중소기업이 해외 기업 또는 대행사와 협업할 수 있도록 지원하는 K-브랜드 한류 마케팅 지원사업을 들 수 있으며 이는 문화체육관광부, 농림축산식품부, 해양수산부, 중소벤처기업부의 통합 프로그램이다.[38]

Google은 글로벌 생태계와 플랫폼, 교육 및 기술 전수, 이니셔티브, 투자 등을 통해 중소기업과 크리에이터가 세계적으로 성공할 수 있도록 최선을 다해 지원하고 있다.[39] Google이 전 세계에 구축해 놓은 제품군을 발판 삼아 한국 기업들이 혁신과 콘텐츠 시장을 빠르게 확장하고 수익을 창출할 수 있기를 기대한다.

A1. 2021년 Google이 기업에 미친 총 경제적 효과 추산

사업 효과를 추산하기 위해 Google 제품을 사용하는 기업이 창출한 경제적 가치는 수익 증가(고객 도달 범위 확대 및 신규 시장 접근을 통한 증가의 형태로 계산했습니다. 사업적 효과 분석에 포함된 Google 제품은 Google 검색 및 Google Ads, 애드센스, Google Play 및 Android입니다. 해당 추정치는 YouTube의 한국 내에서의 경제적 가치를 포함하지 않은 수치로 Google의 전반적인 영향을 비교적 적게 잡은 추정치입니다. 이러한 효과에는 공급업체로부터의 구매 증가, 기업의 직원들이 경제 전반에서 임금을 소비함으로써 발생하는 경제 활동 등과 같은 연동 효과는 포함되지 않았습니다. 또한 사업적 효과 산출 시 Google에 의해 대체되었을 가능성이 있는 활동은 고려되지 않았으며, Google이 존재하지 않고 다른 회사가 Google의 자리를 대신하고 있는 상황을 가정하여 Google이 한국 경제에 미치는 증분 효과를 추산하지도 않았습니다.

Google Ads 및 애드센스에서 비롯된 사업적 효과는 이 두 가지 도구에서 확인된 기업의 예상 지출에 수익 승수를 곱하여 계산했습니다.[40] 계산 시 기업이 Google Ads에 1달러(USD)를 지출할 때마다 Google 검색을 통해 8달러(USD)의 효과를 올린다고 가정했으며, 디스플레이 광고의 경우 학술적 연구 결과를 기반으로 한 별도의 승수를 사용했습니다.[41] 한국의 앱 개발사가 Google Play를 통해 세계적으로 창출한 수익을 추산할 때는 한국 앱에서 비롯된 전 세계 소비자 지출을 구글에 지급된 서비스 비용을 제외한 순수익으로 계산했으며, 이를 확장하여 광고 및 다른 수익원을 포함시켰습니다.[42]

Google 광고 도구의 도움을 받아 창출된 일자리 수는 부문별 사업적 효과와 각 부문의 근로자 1명당 수익에 기반하여 산출되었습니다.[43] Android 앱 경제로 인한 고용 창출 효과 추산은 Mandel(2012)의 방법론을 기반으로 합니다. 이 방법론에서는 앱 경제 내의 직접, 간접, 파급 일자리를 구분합니다.[44] 한국의 앱 경제 내의 일자리 수는 한국의 앱 밀도에 고용 인원의 총수를 곱함으로써 추산되었습니다.[45]

A2. 2021년 Google이 기업에 미친 총수출 효과 추산

Google 검색 및 Google Ads, 애드센스, Google Play, Android의 수출 관련 사업적 효과를 추산하기 위하여 각 도구와 플랫폼에 대한 '수출 비율'을 계산했으며, 이를 한국 기업이 얻은 사업적 효과에 적용했습니다. 이 '수출 비율'은 사업적 효과 중 해외 사용자의 수요에서 비롯된 효과가 차지하는 비율을 뜻합니다. 이 비율은 앱 개발사 설문조사, 광고 효과에 대한 SEMRush 데이터베이스를 대상으로 한 계층적 샘플링, 한국 개발사가 Google Play에서 거둔 수출 효과에 대한 멱법칙(power-law) 분석을 기반으로 도출되었습니다.[46]

Google 광고 도구의 수출 효과를 경험한 기업의 수는 유료 디지털 광고를 사용하는 것으로 추산되는 한국 기업의 수에 해외 트래픽 비중을 곱한 다음, 여러 가지 Google 플랫폼을 사용하는 기업의 중복값을 빼는 방식을 사용하여 구했습니다.[47] Google Play 및 Android의 수출 효과를 경험한 앱 개발사의 수는 한국 앱 개발사의 수에 해외 앱 다운로드 비중을 곱한 다음, 여러 Android 스토어에 배포하는 기업의 중복값을 빼는 방식을 사용하여 구했습니다.

A3. AlphaBeta의 한국 앱 개발사 설문조사 방법에 관한 참고사항

AlphaBeta에서는 Google의 온라인 광고 도구(Google Ads, 애드센스)와 콘텐츠 배포 플랫폼(Google Play, Android)이 고객층을 해외로 확대하기 위한 한국 앱 개발사의 노력에 어떻게 도움을 주었는지 심도 있게 이해하기 위하여 2022년 4월부터 5월까지 한국에서 401명의 앱 및 게임 개발사를 대상으로 설문조사를 실시했습니다. 응답자 표본 크기는 한국의 앱 및 게임 개발사의 총수에 비교했을 때 통계적으로 유의미한 수준이며 신뢰 수준은 90%입니다. AlphaBeta는 설문조사 문항에서 편향을 제거하고 목표 응답자 프로필 수를 확보(다양한 비즈니스 규모 및 게시된 앱 유형을 대표할 수 있는 응답자 구성 등)하기 위해 설문조사 전문기관과 협업했습니다.[48] 또한 응답자가 기업 앱 게시 상태를 제대로 이해하고 있는지 확인하기 위한 필터 문항이 사용되었으며, 순 개발사만이 응답자로 포함되었습니다(한 개발사로부터 여러 응답을 받지 않음).

콘텐츠 관련 중요 정보

본 보고서는 Access Partnership 산하의 AlphaBeta가 Google 의뢰로 작성한 것입니다. 본 보고서의 모든 정보는 Google의 소유가 아닌 AlphaBeta의 독점 정보 및 공개된 정보를 활용해 AlphaBeta가 도출하거나 추정한 결과입니다. Google은 본 보고서에 추가 데이터를 제공한 바 없으며 보고서를 통해 제시된 추정치를 보증하지 않습니다. 이러한 추정치에는 YouTube가 대한민국에 미치는 경제적 영향이 포함되지 않으므로 이 수치는 Google의 전반적인 영향력만을 보수적으로 추정한 결과입니다. 제3자 출처에서 정보를 입수한 경우 각주에 명기하였습니다.
본 보고서에 사용된 수치는 대한민국 원(KRW)과 미국 달러(USD)입니다.

APPENDIX | 출처

1. 문화산업진흥기본법에 따르면 K-콘텐츠 산업은 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터 디자인, 지식 정보, 콘텐츠 솔루션의 11가지 하위 카테고리로 나뉜다. 보고서 작성 시점에는 2021년 문화 콘텐츠 수출의 총수익 데이터가 제공되지 않았으므로 2016년~2020년 기간을 비교의 기준으로 삼았다. 출처: The Korea Herald(2022년), "2020년, 110억 9200만 달러로 다시 한번 수출 기록을 갱신한 K-콘텐츠 산업(K-content industry sets another export record in 2020 at $11.92 billion)", URL: http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20220124000809#:~:text=K%2Dcontent%20industry%20sets%20another%20export%20record%20in%202020%20at%20%2411.92%20billion&text=South%20Korean%20contents%20enjoyed%20robust,Tourism%20data%20showed%20on%20Monday, 한국경제신문(2020년), "K-드라마가 주도하는 문화 콘텐츠 수출, 100억 달러 돌파(Korean dramas push cultural content exports beyond $10 billion)", URL: https://www.kedglobal.com/entertainment/newsView/ked202008100006, Statista(2022년), "대한민국: 2010년부터 2020년까지의 상품 수출(South Korea: export of goods from 2010 to 2020)". URL: https://www.statista.com/statistics/263655/export-of-goods-from-south-korea/, 한국경제신문(2021년), "대한민국 IP 무역수지 사상 첫 흑자 기록(Korea's IP trade balance in the black for the first time)". URL: https://www.kedglobal.com/monthly_trade_infographics/newsView/ked202111080010.
2.이 보고서의 분석 시점을 기준으로 2021년 전체 데이터가 확보되었으므로 2021년 초 발간된 AlphaBeta 보고서의 추정치를 업데이트하여 수록했다. 2021년 초에 발간된 보고서는 다음에서 확인할 수 있다. AlphaBeta(2021년), 한국의 디지털 잠재력 실현: 디지털 전환의 경제적 기회와 Google의 기여(Unlocking South Korea's Digital Potential: The Economic Opportunities of Digital Transformation and Google's Contribution) URL: https://alphabeta.com/wp-content/uploads/2021/08/unlocking-south-koreas-digital-potential_english.pdf. GDP 추산치는 세계은행 데이터(URL: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=KR에서 가져왔다.
3.이러한 경제적 효과는 대한민국 기업이 Google Ads에 지출하여 얻는 수익 증가액, 콘텐츠 크리에이터가 애드센스를 통해 사이트의 광고 공간을 판매하여 거두는 수익, 대한민국의 앱/게임 퍼블리셔가 Google Play를 통한 유료 다운로드, 인앱 또는 인게임 구매, 모바일 광고로 벌어 들이는 수익(총 서비스 요금)으로 이루어진다.
4.이러한 수출 효과는 대한민국 기업이 Google Ads 및 애드센스를 통해 해외 고객에게 마케팅하여 벌어 들이는 제품/서비스 수익 증가액과 대한민국의 앱/게임 퍼블리셔가 해외 마케팅을 실시하고 Google Play를 통한 유료 다운로드, 인앱 또는 인게임 구매, 모바일 광고로 벌어 들이는 수익(총 서비스 요금)으로 이루어진다.
5. 우리가 추산한 106,300개의 일자리 창출은 고객 도달범위를 넓혀주는 Google 도구(Google Ads 및 애드센스)와 관련된 일자리를 가리키며, 이러한 도구의 사용과 운영으로 창출되는 직접적인 일자리뿐 아니라 이에 따른 제품/서비스 수요 증가로 인해 생겨난 간접적인 일자리도 모두 포함한다.
6.본 연구에서 SMB는 ICT 업계에 대해 정부가 정의한 연 매출 800억 원 이하인 기업으로 정의된다. URL: https://www.law.go.kr/%EB%B2%95%EB%A0%B9/%EC%A4%91%EC%86%8C%EA%B8%B0%EC%97%85%EA%B8%B0%EB%B3%B8%EB%B2%95%EC%8B%9C%ED%96%89%EB%A0%B9
7. SEMRush(2021년), "Google 검색에 관한 50가지 통계와 사실(50 Google Search Statistics & Facts)". URL: https://www.semrush.com/blog/google-search-statistics/
8.방법론은 부록 A2 참고 요망
9.전 세계/연간 기준의 순 사용자 클릭률 관련 학술 문서는 오차 범위가 넓고 정확도가 낮기 때문에 여기서는 고객을 연간 클릭수(Google Ads 검색 및 애드센스) 기준으로 정의한다. 보다 명확하게 설명하자면, 이러한 잠재고객이 고유한 개인을 의미하지는 않는다.
10. 한국수출입은행 해외경제연구소(2021년), OTT 산업과 K-콘텐츠 수출에 관한 분석(Analysis of the OTT Industry and Export of K-content). 인용 출처: The Korea Herald(2022년), "2020년, 110억 9200만 달러로 다시 한번 수출 기록을 갱신한 K-콘텐츠 산업(K-content industry sets another export record in 2020 at $11.92 billion)". URL: http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20220124000809#:~:text=K%2Dcontent%20industry%20sets%20another%20export%20record%20in%202020%20at%20%2411.92%20billion&text=South%20Korean%20contents%20enjoyed%20robust,Tourism%20data%20showed%20on%20Monday, 한국경제신문(2021년), "대한민국 IP 무역수지 사상 첫 흑자 기록(Korea's IP trade balance in the black for the first time)". URL: https://www.kedglobal.com/monthly_trade_infographics/newsView/ked202111080010
11. 데브시스터즈(2022년), "홈". URL: https://www.devsisters.com/ko/
12.. Google Play (n.d.,). "Google Play이런 일을 합니다." URL: https://play.google.com/intl/ko_kr/about/howplayworks/
13. AdMob은 앱 퍼블리셔가 인앱 광고를 통해 광고주로부터 수익을 얻는 방식으로 모바일 애플리케이션에서 수익을 창출하는 Google의 광고 플랫폼이다. Google AdMob (n.d.,), "AdMob이란(What is AdMob)". URL: https://admob.google.com/home/resources/what-is-admob/
14. 출처: Unity 문서(2021년), "Play Asset Delivery(PAD)". URL: https://docs.unity3d.com/Manual/play-asset-delivery.html, Android 개발자(n.d.,), "Play Asset Delivery로 20만 달러 이상의 CDN 비용을 절감한 쿠키런: 오븐브레이크(Cookie Run: OvenBreak saves over $200K CDN cost with Play Asset Delivery)" URL: https://developer.android.com/stories/games/devsisters
15. 출처: Academy of Motion Picture Arts and Sciences(2020년), URL: https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/2020, Billboard(2021년), "매번 기네스 세계 기록을 세우는 BTS(Every Time BTS Has Set a Guinness World Record)" https://www.billboard.com/music/pop/every-bts-guinness-world-record-1235010255/, Grammy(2022), "Smooth Like "Butter": How BTS' GRAMMY-Nominated Mega Hit Came To Be)". URL: https://www.grammy.com/news/behind-the-scenes-bts-butter-creation-rob-grimaldi-grammy-nominated-hit-song
16.The Korea Times(2021년), "2020년 국내 웹툰 시장 매출 1조원 돌파". URL: https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/07/398_321104.html
17.한국경제신문(2022), "전 세계 10대 플랫폼을 휩쓴 대한민국 만화 플랫폼(South Korean comics platforms dominate global top 10)". URL: https://www.kedglobal.com/webtoons/newsView/ked202204120008
18. 출처: 한국경제신문(2022년), "네이버 웹툰, 현지화를 통해 5년간 글로벌 사용자 4배 증가(Naver Webtoon's global users quadruple in 5 years on localization)". URL: https://www.kedglobal.com/webtoons/newsView/ked202205020011, The Korea Herald(2022년), "네이버 웹툰, 프랑스 지사 설립(Naver Webtoon to set up branch in France)". URL: http://m.koreaherald.com/view.php?ud=20220321000600
19. 중앙일보(2022년), "네이버 웹툰, Google Play 및 KOCCA와 게임 제작을 위한 MOU 체결(Naver Webtoon signs MOU with Google Play, Kocca to make games)". URL: https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/02/23/culture/gameswebtoons/naver-webtoon-webtoon-game/20220223155200433.html
20.PRNewswire(2020년), "한국 최고의 스토리 엔터테인먼트 기업인 카카오페이지, APOS 2020에서 2022년까지 미국, 중국, 동남아시아를 아우르는 글로벌 네트워크 수립 계획 발표(KakaoPage announces at APOS 2020 that Korea's No. 1 story entertainment company intends to establish a global network across the U.S., China, and Southeast Asia by 2022)". URL: https://www.prnewswire.com/news-releases/kakaopage-announces-at-apos-2020-that-koreas-no-1-story-entertainment-company-intends-to-establish-a-global-network-across-the-us-china-and-southeast-asia-by-2022-301123849.html
21. Nikkei Asia(2022년), "카카오 픽코마, K 스타일 웹툰으로 일본에서 인기 몰이(Kakao's Piccoma app goes viral in Japan with K-style webtoons)". URL: https://asia.nikkei.com/Business/Media-Entertainment/Kakao-s-Piccoma-app-goes-viral-in-Japan-with-K-style-webtoons
22. 중앙일보(2021년), "카카오 M과 카카오페이지, 카카오 엔터테인먼트로 합병(Kakao M and Kakao Page merged into Kakao Entertainment)". URL: https://koreajoongangdaily.joins.com/2021/03/04/business/industry/kakao/20210304191100343.html
23. Statista(2021년), "2010년부터 2021년까지 유럽 내 주요 모바일 운영체제의 시장 점유율(Market share of leading mobile operating systems in Europe from 2010 to 2021)". URL: https://www.statista.com/statistics/639928/market-share-mobile-operating-systems-eu/
24. 이 연구에서 저자들은 문화 콘텐츠에 영화, 방송, 음악, 저작물이, 소비재에는 식품, 화장품, 의류, IT 제품, 자동차가 포함되는 것으로 정의했다. 김훈 외(2021년), 소비재 수출품 유통에 한류가 미치는 영향(The Impact of Korean Wave on the Distribution of Consumer Goods Exports). URL: https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202110655042529.pdf.
25. SamMobile(2022년), "삼성전자, 5년 만에 세계 스마트폰 시장 점유율 1위". URL: https://www.sammobile.com/news/samsung-tops-highest-global-smartphone-market-share-in-5-years/
26. Counterpoint Research(2022년), "2021년 스마트워치 시장 전년 대비 24% 성장, 4분기에 사상 최대의 분기 출하량 기록(Smartwatch Market Grows 24% YoY in 2021, Records Highest Ever Quarterly Shipments in Q4)". URL: https://www.counterpointresearch.com/global-smartwatch-market-2021/
27. SamMobile(2021), "Google, 삼성의 새로운 폴더블 휴대전화 전용 웹사이트 런칭(Google launches dedicated website for Samsung's new foldable phones)". URL: https://www.sammobile.com/news/google-dedicated-website-samsung-new-foldable-phones/
28. AlphaBeta는 data.ai 데이터베이스(https://www.data.ai/en/)의 독점 데이터를 사용해 분석을 수행했다. 대한민국 앱 개발사가 Google Play에서 창출한 앱 다운로드 수 및 수익 계산에 사용된 "멱급수 법칙" 방법론은 부록 A1을 참고.
29. 앱/게임 개발사의 비즈니스 규모와 관련하여 사용된 정의는 다음과 같다. 직원 수 30명 미만인 개발사는 '인디', 30~100명인 개발사는 '중소기업', 100명을 초과하는 개발사는 '대기업'으로 분류했다. 중소기업이란 직원 수가 100명 이하이며 '대기업'으로 간주되지 않는 모든 앱/게임 개발사를 말한다.
30. AlphaBeta는 data.ai 데이터베이스(https://www.data.ai/en/)의 독점 데이터를 사용해 분석을 수행했다. 대한민국 앱 개발사가 Google Play에서 창출한 앱 다운로드 수 및 수익 계산에 사용된 "멱급수 법칙" 방법론은 부록 A1을 참고.

31. Korea JoongAng Daily (2019), “Understanding a new generation of K-pop fans: As acts become accessible, the industry is listening to fans now more than ever”. Available at: https://koreajoongangdaily.joins.com/2019/09/25/features/Understanding-a-new-generation-of-Kpop-fans-As-acts-become-accessible-the-industry-is-listening-to-fans-now-more-than-ever/3068349.html
32. Richhippos(2021년), “K-팝 팬덤 앱 '블립', Google 2021년 창구 프로그램 3기 참가작 중 1위로 선정(K-pop fandom app ‘Blip’, Google’s 2021 window program 3rd #1 pick)”. URL: https://richhippos.com/k-pop/k-pop-fandom-app-blip-googles-2021-window-program-3rd-1-pick/;
33. Google 스타트업 캠퍼스(n.d.,), “Growth Academy”. URL: https://www.campus.co/seoul/growth-academy/
34. The Korea Herald(2022년), “뷰티 동영상 플랫폼 잼페이스, 45억 원의 투자 유치(Beauty video platform Zamface raises W4.5b)”. URL: http://m.koreaherald.com/view.php?ud=20220218000517;
35. KoreaTechDesk(2022년), “양방향 1인칭 대화 시뮬레이션을 통해 언어 학습의 패러다임을 바꾸는 트이다(‘Teuida’ redefines the paradigm of language learning with its interactive first-person simulated conversations)”. URL: https://www.koreatechdesk.com/teuida-can-make-you-talk-in-korean-easily-through-its-first-person-virtual-conversations/
36. 출처: CB Insights(2021년), “TEUIDA”. URL: https://www.cbinsights.com/company/teuida, TEUIDA (n.d.), “홈”. URL: https://www.teuida.net/
37. 자세한 내용은 부록 A3 참고 요망
38. The KoreaTimes (2022), “한류를 통한 소기업 마케팅 지원에 나선 한국 정부”. URL: https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2022/07/398_333473.html
39. Google (2022년), “구글 스타트업 캠퍼스가 2년 만에 ‘캠퍼스 리이그나이트(Campus Reignite)’ 행사와 함께 재개관했습니다!”. URL: https://korea.googleblog.com/2022/06/google-startup-campus-reignite.html
40.출처: Shaw, K (2022), “Cheil Worldwide releases annual ad spend and forecast report revealing South Korea’s advertising market saw 20.4% growth in 2021”. Campaign Brief Asia. URL: https://campaignbriefasia.com/2022/02/11/cheil-worldwide-releases-annual-ad-spend-and-forecast-report-revealing-south-koreas-advertising-market-saw-20-4-growth-in-2021/, Statista (2021), “Search Advertising - South Korea.” URL: https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/search-advertising/south-korea, Alphabet (2022), Form 10-K. URL: https://abc.xyz/investor/static/pdf/20220202_alphabet_10K.pdf?cache=fc81690, Alphabet (2019), Form 10-K for fiscal year ended December 31, 2019 – Submission to US SEC. URL: https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1652044/000165204420000008/goog10-k2019.htm; Alphabet (2021), Form 10-K for fiscal year ended December 31, 2021 – Submission to US SEC. URL: https://www.annreports.com/alphabet/alphabet-ar-2021.pdf 및 DoubleClick (2012). What’s trending in display for publishers?. URL: https://www.slideshare.net/RFONNIER/display-business-trends-publisher-edition-google-2012
41. 출처: Google (n.d.), “Google Economic Impact: Methodology”. URL: https://economicimpact.google.com/methodology/#:~:text=The%20economic%20impact%20of%20Google%20Network%20Properties%2C%20YouTube%2C%20and%20Google,content%20and%20from%20app%20monetization, Gupta, S., Pauwels, K. 및 Kireyev, P.(2015), Do display ads influence search? Attribution and dynamics in online advertising. International Journal of Research in Marketing. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167811615001159#:~:text=The%20model%20suggests%20that%20both,thereby%20increasing%20search%20advertising%20costs.
42. 출처: Sensor Tower (2021), “Global Consumer Spending in Mobile Apps Reached $133 Billion in 2021, Up Nearly 20% from 2020”. URL: https://sensortower.com/blog/app-revenue-and-downloads-2021/, Caribou Digital (2016), Winners and Losers in the Global App Economy. URL: https://www.cariboudigital.net/wp-content/uploads/2016/02/Caribou-Digital-Winners-and-Losers-in-the-Global-App-Economy-2016.pdf, Google(2022). URL: https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/112622?hl=en 및 AdSota (2017), Vietnam Mobile App Advertising and Monetization Report (Q2-2017). URL: https://www.slideshare.net/AdsotaAds/vietnam-mobile-app-advertising-monetization-report?qid=3ab11c21-44c9-4fbb-9cb4-41b57d471f3c&v=&b=&from_search=7
43. 국가통계포털(2019), “시도·산업별 사업체수, 종사자수 및 매출액”. URL: https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1K52C08&conn_path=I2
44. Mandel (2012), Where the Jobs Are: The App Economy, URL: https://southmountaineconomics.files.wordpress.com/2012/09/technet-app-economy-study.pdf
45. 출처: Mandel (2018), Korea’s App Economy. URL: https://www.progressivepolicy.org/wp-content/uploads/2018/05/PPI_KoreanAppEconomy_2018.pdf; and Statistics Korea (2022), “Economically Active Population Survey in December 2021”. URL: https://kostat.go.kr/portal/eng/pressReleases/5/1/index.board?bmode=read&bSeq=&aSeq=416351&pageNo=1&rowNum=10&navCount=10&currPg=&searchInfo=&sTarget=title&sTxt=
46. 설문조사에 관한 자세한 내용은 부록 A3를 참고해 주시기 바랍니다. Google 검색 클릭수와 디스플레이 클릭수 중 해외 사용자의 비중을 추산하기 위하여 SEMRush 데이터베이스의 소매업, 미디어, 제조 및 기타 세그먼트에 속한 한국 웹사이트를 대상으로 계층적 샘플링이 진행되었습니다. Caribou Digital의 글로벌 앱 경제에 대한 멱 법칙(power-law) 접근방식을 참고해 주시기 바랍니다. 출처: SEMRush (n.d.,), “Home”. URL: https://www.semrush.com/; and Caribou Digital (2016), Winners & Losers in the Global App Economy. URL: https://www.cariboudigital.net/wp-content/uploads/2016/02/Caribou-Digital-Winners-and-Losers-in-the-Global-App-Economy-2016.pdf
47. 유료 디지털 광고를 사용하는 한국 기업의 비율은 2018년 국제 디지털 경제 및 사회 지수(I-DESI)에서 디지털 광고와의 관련성이 가장 높은 두 측정항목, ‘최신 기술 가용성’ 및 ‘온라인 판매 방식을 사용하는 중소기업’에서 한국과 영국이 받은 표준화된 점수를 비교하는 방식으로 도출했습니다. IAB Uk에 따르면 영국 중소기업 중 60%가 현재 유료 디지털 광고를 사용하고 있습니다. 출처: 통계청(2021), “870,000 small business owners quit amid pandemic”. The Korea Herald. URL: http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20211228000657, 42matters (2022), “South Korea App Market Statistics in 2021 for Android”. URL: https://42matters.com/south-korea-app-market-statistics, IaB.UK (2020), “Digital advertising crucial to SMEs’ recovery”. URL: https://www.iabuk.com/news-article/digital-advertising-crucial-smes-recovery, Shaw, K (2022), “Cheil Worldwide releases annual ad spend and forecast report revealing South Korea’s advertising market saw 20.4% growth in 2021”. Campaign Brief Asia. URL: https://campaignbriefasia.com/2022/02/11/cheil-worldwide-releases-annual-ad-spend-and-forecast-report-revealing-south-koreas-advertising-market-saw-20-4-growth-in-2021/, Inquivix (2021), “Korea’s Top Two paid Search Giants: Google and Naver”. URL: https://inquivix.com/digital-marketing-in-south-korea/koreas-top-two-paid-search-giants-google-naver/ 및 ResearchAd (2021), 2020년 인터넷 광고 결산 보고. URL: http://kodaa.or.kr/17/?q=YToxOntzOjEyOiJrZXl3b3JkX3R5cGUiO3M6MzoiYWxsIjt9&bmode=view&idx=5835273&t=board
48. 앱 및 게임 개발사의 비즈니스 규모와 관련하여 다음과 같은 정의가 사용되었습니다. 직원 30명 미만의 개발사는 ‘인디’, 직원 30~100명의 개발사는 ‘중소기업’, 직원 100명 이상 개발사는 ‘대기업’으로 지칭했습니다. 중소기업이란 직원 수가 100명 이하이며 ‘대기업’으로 간주되지 않는 모든 앱 및 게임 개발사를 말합니다. 앱 유형은 ‘게임 앱’ 및 ‘게임 이외의 앱’이라는 두 가지 자체 카테고리로 분류되었습니다.

Access Partnership αlphaβeta strategy x economics

Part of Access Partnership, a global technology public policy consultancy, AlphaBeta is a strategy and economics advisory practice serving clients globally. We work with the public sector, corporations, NGOs, not-for-profits, and investors to identify opportunities and develop strategies to grow, improve service delivery, support economic prosperity, and generate tangible impact.